

## SHORT NEWS

**Pas de paix verte à Sanem**

Comme on pouvait s'y attendre, l'association Greenpeace va se pourvoir en appel contre la décision du tribunal administratif de casser leur recours contre l'autorisation ministérielle pour la ligne de très haute tension (THT) que la Sotel veut construire entre le Luxembourg et la France. Une ligne qui permettrait à ArcelorMittal de non seulement s'alimenter en électricité d'origine nucléaire française et bon marché, mais qui brouillerait encore l'état de la concurrence entre les différents fournisseurs déjà existants. Alors que nombre de politiciens surfent sur le tsunami de l'anti-nucléaire en vogue actuellement, Greenpeace leur rappelle qu'autoriser la ligne THT revient exactement au contraire. En tout, trois procédures judiciaires sont en cours contre la ligne : le recours contre l'autorisation du ministre, l'action en pénal contre le directeur de la Sotel pour non-respect des lois environnementales - qui vient d'être déboutée pour vice de forme - et de l'autre côté le recours de Sotel contre la commune de Sanem qui refuse de donner l'autorisation de bâtir. En attendant, les travaux sont interrompus jusqu'en octobre. Pourvu que ça dure...

**Die Stimme der Landesplanung ist verstummt**

Am Beispiel der Südregion des Landes illustriert der Mouvement Ecologique in einem rezenten Kéisecker-Dossier, dass die Landesplanung in Luxemburg sich den Wünschen von Wirtschaft und Technokraten untergeordnet hat. Die Bündelung der landesplanerischen Kompetenz im großen Nachhaltigkeitsministerium habe sich als Fehler erwiesen. Auch die umweltpolitische Stimme sei kaum noch zu vernehmen, da viele Entscheidungen intern abgeglichen würden und die öffentliche Debatte zu einzelnen Vorhaben nicht mehr stattfindet. Die Regierung respektiere ihre eigenen IVL-Vorgaben nicht. Die neuen Tanklager, aber auch Projekte wie Wickringen und Livingen zeigten, dass die Zersiedlung des Raumes weiter betrieben werde. Verschlimmernd komme hinzu, dass die landesplanerischen Instrumente auf dem undurchschaubaren Weg durch die Instanzen zu versickern drohen und so vollendete Tatsachen geschaffen werden. Deshalb fordert Méco die Regierung auf, dass vor dem Inkrafttreten der sektoriellen Pläne keine Vorhaben realisiert werden, die diesen Plänen entgegenlaufen.

woxx@home

**Fast wie in der Chamber**

Die woxx ist gezwungenermaßen eine kommerzielle Gesellschaft, die eigentlich darauf ausgelegt sein sollte Gewinne zu machen. Das aus dieser Sicht beste Jahr feierte die woxx 2008 - also zu einem Zeitpunkt als die meisten Betriebe in Luxemburg die Krise so richtig zu spüren bekamen. 2009 ließen sich die Konten noch gerade im Gleichgewicht halten. Und 2010? Tja, da wo alle vom Aufschwung redeten und er zum Teil ja auch eingetreten ist, ging es der woxx ziemlich mies. Zwar nahmen freier Verkauf und Abozahlen zu, doch das - nach Pressehilfe und LeserInnen - dritte Standbein der woxx, die Anzeigeneinnahmen, verzeichnete zum dritten Mal in Folge einen Rückgang. Am Ende fehlten 22.000 Euro in der woxx-Kasse, so sagt es der Finanzbericht der auf der Hauptversammlung Ende März vorgestellt wurde. Zwar war es gelungen, 2009 die noch aus den 1990er Jahren herrührende Verschuldung der woxx zu tilgen und sogar eine kleine Reserve für Investitionen und schwierige Zeiten anzulegen. Doch dass wir schon im Jahr zwei unserer Schuldenfreiheit wieder ein Sparprogramm auflegen müssen, um unsere finanzielle Situation langfristig abzusichern, ist schon etwas demotivierend. Ab nächstem Jahr wird zur Hauptversammlung statt Champagner nur noch Crémant verabreicht.

## AKTUELL

# Net reliés? Stéi dozou!

ANTICLÉRICALISME

**L'effet AHA**

Luc Caregari

**Lundi dernier, l'alliance des humanistes, athées et agnostiques du Luxembourg (AHA) a inauguré une campagne de promotion sur les autobus - et ne s'attend pas à de grandes réactions.**

L'idée d'utiliser des campagnes publicitaires pour rendre le public attentif à l'athéisme, pour l'encourager à dire haut et fort que Dieu est mort ou du moins n'a probablement jamais existé, est tout sauf nouvelle. Déjà en 2009, la British Humanist Association avait lancé une campagne similaire en faisant afficher sur les bus rouges londoniens le slogan « There's probably no God - Now Stop Worrying and Enjoy your Life ». Cette idée a été reprise dans de nombreux pays européens et a même été réalisée avec succès aux Etats-Unis - pourtant peu connus pour être tolérants envers les non-croyants. Dans certains pays, les communautés religieuses ont répliqué, dans d'autres pas. Le cas allemand est certainement intéressant dans cette optique, car même si les églises officielles n'ont pas réagi, les compagnies de transport publiques ont refusé les affiches, forçant les athées militants à louer leur propre bus et à parcourir l'Allemagne toujours poursuivis par des groupuscules de chrétiens fanatiques.

La campagne luxembourgeoise ne fera sûrement pas l'objet de tant de controverses, ne serait-ce qu'à cause du slogan un peu trop consensuel qu'ils emploient : « Nèt reliés ? - Stéi dozou ! ». Certes, l'idée d'émanciper enfin tous les athées ou agnostiques grand-ducaux contre l'omniprésence catholique est louable, mais nous sommes loin d'une assertion aussi radicale que celle de la campagne originale anglaise qui disait pourtant clairement que pour un athée Dieu n'existe - probablement - pas, un point c'est tout. Et puis, point de vue optique, la campagne de l'AHA risque fort d'être confondue avec celle d'un assureur ou d'un opticien.

S'ils ne se montrent donc pas particulièrement féroces, les militants anticléricaux ont tout de même un mes-

sage intéressant à faire passer. Car ils se sont éloignés des clichés de bouffeurs de curés entièrement ciblés sur la décadence et les mensonges de l'église catholique pour approcher l'athéisme de façon affirmative et positive : « Certes, l'église prétend être le centre spirituel de la majorité de la population et l'Etat la soutient dans la représentation officielle du Luxembourg en tant que pays à 90 pour cent catholique. Mais la réalité est différente », estime pour sa part Laurent Schley, le président de l'alliance. « La dernière étude du Ceps-Instead à ce sujet parue en février de cette année prouve que de moins en moins de personnes se qualifient comme religieuses. Ce que nous voulons avec cette campagne, c'est avant tout enlever la peur aux gens. Cette peur qu'ils ressentent devant l'affirmation de leur non-religiosité dans une société qui - même si elle n'y croit plus - reste tout de même ancrée dans un carcan de traditions qui exerce une énorme pression sociale. »

Schley ne s'attend pas à de grandes réactions de l'église luxembourgeoise et il a de bonnes raisons : « Avec leur empire médiatique, ils ont tous les moyens de nous ignorer et de veiller à ce qu'un minimum de personnes ne soient informées de notre travail. Le jour où ils réagiront, ils nous prendront au sérieux ». D'autant plus que l'église est surtout occupée à faire oublier les scandales liés à la pédophilie dans ses rangs et ne se permettra très probablement pas d'apparaître comme élément obscurantiste dans la sphère publique.

La campagne AHA est donc une première pour le Luxembourg, mais loin d'être originale. De plus, elle présente encore un point faible : son financement. A cette question, l'embarras s'installe dans les rangs de l'alliance : « Comme vous le savez, une telle campagne est très coûteuse et elle a été entièrement financée par un grand don anonyme », admet Schley. Pour une association qui réclame la transparence sous les soutanes, ce n'est pas tellement conséquent.